

BAB IV

PENUTUP

IV.1. Kesimpulan

Usaha untuk mengembangkan dan mempertahankan citra Favehotel Rungkut Surabaya tidak lepas dari peran para staff yang berada di *Sales and Marketing Department* terutama *Marketing Communication*. Hal tersebut dikarenakan peran *Public Relations* di Favehotel Rungkut Surabaya dikerjakan oleh staff *Marketing Communication*. Setelah penulis menjalankan kerja praktik selama tiga bulan di Favehotel Rungkut Surabaya sebagai *Public Relations*, penulis mengetahui bahwa seorang *Public Relations* memiliki peran yang cukup banyak.

Peran-peran *Public Relations* sudah dikerjakan dan berjalan baik di Favehotel Rungkut Surabaya. Semua yang dikerjakan oleh *Public Relations* Favehotel Rungkut Surabaya sesuai dengan teori empat peran *Public Relations*. Mulai dari peran *Public Relations* sebagai Tenaga Ahli (*Expert Prescriber*), Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*), Proses Fasilitator Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*), hingga Teknik Komunikasi (*Communication Technician*) telah dilakukan semua sesuai teori.

Public Relations Favehotel Rungkut Surabaya sudah melakukan upaya yang baik untuk menjalin hubungan dengan publik dan menjaga citra hotel. Berbagai aktivitas peran *Public Relations* sudah dilakukan dengan baik oleh Favehotel Rungkut Surabaya mulai dari menjalankan *event*, melakukan penanganan krisis, ikut menghadiri *event* perusahaan lain, hingga membuat *press release* serta membuat

konten-konten untuk media sosialnya. Selama menjalankan kerja praktik, penulis juga sudah mendapat banyak pelatihan dan mengerjakan banyak tugas yang sesuai dengan peran *Public Relations*.

IV.2. Saran

Berikut ini merupakan saran dari penulis mengenai kerja praktik yang penulis lakukan selama menjadi *Public Relations* di Favehotel Rungkut Surabaya agar kedepannya dapat menjadi masukan untuk mengembangkan peran *Public Relations* Favehotel Rungkut Surabaya menjadi lebih baik lagi:

1. Menambah staff *Public Relations*, karena peran *Public Relations* Favehotel Rungkut Surabaya saat ini dikerjakan oleh *Marketing Communication* sehingga membuat pekerjaannya menjadi sangat kompleks dan membuat beberapa tugas tidak diselesaikan dengan baik.
2. Mengadakan *briefing* harian lebih rutin, agar semua kegiatan dapat terjadwal dan terkontrol dengan baik sehingga tidak banyak terjadi *miss communication* antar staff.
3. Memberi kesempatan pada mahasiswa *intern* untuk ikut mendatangi media atau perusahaan-perusahaan lainnya, agar mahasiswa *intern* bisa belajar juga cara membangun hubungan dengan pihak luar dan memperluas relasi mahasiswa, serta agar mahasiswa *intern* tidak menganggur. Karena beberapa kali penulis hanya sendiri di kantor dan tidak mendapat tugas apapun.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Silviani, I. (2020). *Public Relations Sebagai Solusi Komunikasi Krisis*. PT Scopindo Media Pustaka.

Suwatno, H. (2018). *Pengantar Public Relations Kontemporer*. PT Remaja Rosdakarya.

Jurnal

Anggraeni, N., Siswoyo, M., & Nurfalah, F. (2014). Strategi Public Relations Dalam Mendukung Pemasaran Pembangkit Listrik Nasional (PLN). *Jurnal ASPIKOM*, 2(3), 206-220.

Anggraini, C., & Setyanto, Y. (2019). Peran Public Relations Dalam Mempertahankan Eksistensi Ramayana. *Prologia*, 3(2), 408-415.

Ishak, A. (2012). Peran Public Relations dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi*, 1(4), 373-380.

Siahaan, F. M., & Bangko, S. (2021). Komunikasi Internal Gunung Steel Group Dalam Pelaksanaan Fungsi Public Relations Untuk Membangun Reputasi. *Jurnal Public Relations-JPR*, 2(1), 40-51.

Wistari, K. (2021). Peran Public Relations Dalam Meningkatkan Hunian Hotel Kawasan Nusa Dua Di Masa Pandemi. *Sista: Jurnal Akademisi dan Praktisi Pariwisata*, 1(1), 52-59.